

# (s)em silêncio

Alana Ramos Maganha

# (s)em silêncio

proposta de estratégia visual para  
projeto social do Coletivo em Silêncio

por **Alana Ramos Maganha**

Orientação: Raquel Ponte

UFRJ • Centro De Letras e Artes (CLA)

Escola De Belas Artes (EBA)

Departamento De Comunicação Visual • BAV

Projeto de conclusão em Comunicação Visual - Design • 2017.2

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente e antes de tudo, aos meus pais, Dayse e Vitor, pelo amor, aprendizado e oportunidades. Tenho orgulho de quem sou hoje porque eles fizeram todo o possível pra me trazer até aqui.

Aos meus avós, Aurinax, Ileny e Wanda, agradeço pelo papel crucial no meu crescimento e pelo amor incondicional.

Às minhas irmãs, Brenda e Camila, por me entenderem e sempre terem um ombro acolhedor.

Meu mais sincero obrigada também à professora Raquel, que aceitou entrar nessa empreitada mesmo quando tudo estava meio nebuloso e sem destino. Meu trabalho não seria o mesmo sem seu incentivo, sua paciência e sua sabedoria.

Sou muito grata aos amigos queridos, Mayara, Carolina, Aline, Mayko e Rafael, que me deram forças e palavras carinhosas para seguir no que eu acreditava.

E por fim, mas não menos importante, ao meu maior companheiro de estrada, Pedro, por construir comigo muitas memórias valiosas, inclusive esta.

**MAGANHA, Alana.**

(s)em silêncio: proposta de estratégia visual para projeto social do Coletivo em Silêncio

*(s)em silêncio: visual strategy proposal for Coletivo em Silêncio's social project*

## **Resumo**

Este trabalho de conclusão de curso consiste do desenvolvimento de estratégia e identidade visual para o Coletivo em Silêncio, que desenvolve projetos sociais voltados para mulheres presas e egressas do sistema prisional. Metodologias do design thinking, design social e design emocional foram usadas para estruturar uma comunicação visual eficiente para e com os públicos de interesse do Coletivo em Silêncio.

**Palavras-chave:** design centrado no indivíduo, design social, mulheres egressas, estratégia visual

## **Abstract**

*This graduation conclusion work consists of the development of visual strategy and identity for a collective which develops social projects aimed at women in jail and women who recently returned to society. Methodologies from design thinking as well as social and emotional design were used to structure an efficient visual communication to Coletivo em Silêncio's (Silenced Collective) audiences of interest.*

**Key words:** *human-centered design, social design, women out of prison, visual strategy*

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 • Paula Kossatz .....	15
Figura 2 • Gabriela Geluda .....	15
Figura 3 • Autor Desconhecido .....	15
Figura 4 • Coletivo em Silêncio .....	16
Figura 5 • Coletivo em Silêncio .....	16
Figura 6 • Coletivo em Silêncio .....	16
Figura 7 • Coletivo em Silêncio .....	16
Figura 8 • Coletivo em Silêncio .....	16
Figura 9 • Coletivo em Silêncio .....	16
Figura 10 • Coletivo em Silêncio .....	16
Figura 11 • Coletivo em Silêncio .....	16
Figura 12 • Generative Gestaltung .....	21
Figura 13 • Restate Productions .....	21
Figura 14 • Autor Desconhecido .....	21
Figura 15 • Shinichi Maruyama .....	21
Figura 16 • General Electric Review .....	21
Figura 17 • Ann Sunwoo .....	21
Figura 18 • Teste .....	22
Figura 19 • Teste .....	22
Figura 20 • Teste .....	22
Figura 21 • Teste .....	22
Figura 22 • Teste .....	22
Figura 23 • Símbolo .....	22
Figura 24 • Paleta principal .....	23
Figura 25 • Paleta secundária .....	23
Figura 26 • Cores de uso restrito .....	23
Figura 27 • Teste de marca .....	23
Figura 28 • Marca .....	23
Figura 29 • Patronato .....	24
Figura 30 • Patronato .....	24
Figura 31 • Patronato .....	24
Figura 32 • Banner .....	26
Figura 33 • Cartaz abraço .....	26
Figura 34 • Cartaz cabelo .....	26
Figura 35 • Cartaz pés .....	26
Figura 36 • Mesa .....	28
Figura 37 • Mesa detalhe .....	29
Figura 38 • Cartões e carimbo .....	30
Figura 39 • Apresentação original .....	32
Figura 40 • Apresentação original .....	32
Figura 41 • Apresentação original .....	32
Figura 42 • Nova apresentação .....	32
Figura 43 • Nova apresentação .....	32
Figura 44 • Nova apresentação .....	32
Figura 45 • Folder .....	33
Figura 46 • Folder .....	33
Figura 47 • Cartões .....	34

## SUMÁRIO

<b>Introdução</b>	<b>7</b>
<b>Capítulo I. Mulheres Invisíveis</b>	<b>8</b>
1.1. As mulheres presas no Estado do Rio	8
1.2. Solidão e desassociação com a identidade	8
1.3. Ociosidade e Precariedade	9
1.4. Regras de Bangkok e o Centro de Ressocialização feminino de Rio Claro	10
<b>Capítulo II. O Coletivo em Silêncio</b>	<b>12</b>
2.1. O que e quem é o Coletivo	12
2.2. Projeto para egressas do sistema prisional	12
2.3. Local e público de ação	13
2.4. Análise do material visual do Coletivo	14
<b>Capítulo III. O Papel do Design na Sociedade</b>	<b>17</b>
3.1. Foco no indivíduo	17
3.2. Design Social	18
3.3. Emoção e sensações no design	18
<b>Capítulo IV. Estratégia de comunicação visual para o Coletivo em Silêncio</b>	<b>20</b>
4.1. Conceituação e Referências	20
4.2. Desenvolvimento de marca	22
4.3. Abordagens da comunicação	24
4.3.1. Abordagem emocional	24
4.3.2. Abordagem racional	31
<b>Conclusão</b>	<b>35</b>
<b>Bibliografia</b>	<b>36</b>
<b>Anexos</b>	<b>37</b>

## INTRODUÇÃO

Minha trajetória no curso de Comunicação Visual - Design da UFRJ foi muito além das conquistas e aprendizados acadêmicos. Ao longo do tempo dedicado à graduação, meu entendimento de sociedade e também da profissão que optei por seguir foi moldado e remoldado, muito em parte pelas discussões que o ambiente da faculdade federal me permitiram participar.

Quando me deparei com o momento de escolha do tema para o projeto de conclusão, meu desejo era devolver de alguma forma o investimento que a sociedade depositou na minha formação. Como profissional acredito que o designer tem o papel de criar soluções e servir a sociedade, inevitavelmente. Cabe a nós entender que públicos merecem a nossa atenção e que problemas nos interessa abordar e buscar solucionar.

A participação do designer na solução de questões sociais, ainda que atualmente pequena, se mostrou como um campo amplo a ser explorado, repleto de possibilidades e com muito potencial tanto de responsabilidade social quanto como outra forma de projetar com sucesso e eficiência.

Talvez o mercado de trabalho não me ofereça muitas oportunidades de trabalhar em prol de um projeto social, mas o ambiente acadêmico da universidade me parece ser o local ideal para fomentar esse tipo de interesse e

discussão, uma vez que o aprendizado vai muito além dos temas abordados na grade curricular.

Diante disso, busquei contemplar um público que precisasse de atenção especial, muitas vezes esquecido pela sociedade que o cerca. Pesquisando, me deparei com a situação da população carcerária feminina no Rio de Janeiro, e percebi que procurar entender as necessidades e facilitar o reingresso dessas mulheres na sociedade era uma pauta extremamente urgente.

Para entrar em contato com esse público, se mostrou necessário buscar uma mediação. Dessa forma conheci o Coletivo em Silêncio e passei a desenvolver estudos que avaliassem as necessidades do Coletivo, especificamente com relação ao projeto de ressocialização para mulheres egressas do sistema prisional que o grupo tenta implementar atualmente.

Foi por meio de conversas, participações em reuniões e leituras de pautas antigas que compreendi a necessidade que o Coletivo possuía de adquirir uma marca e identidade próprias e de desenvolver uma estratégia de comunicação para dialogar com as egressas e com possíveis apoiadores do projeto. Meu próprio projeto de conclusão de curso, então, se moldou a partir do contato com o Coletivo e da análise feita deste grupo e de seus objetivos, especialmente aqueles voltados para o público final do meu interesse inicial.

Essa monografia aborda esses estudos, além de expor a situação das mulheres presas no Estado do Rio, e explorar metodologias do design capazes de ajudar na solução de problemas sociais como esse.

<sup>1</sup> Dado segundo  
*Levantamento Nacio-  
nal de Informações Pe-  
nitenciárias – Infopen  
Mulheres - Junho 2014*

## I MULHERES INVISÍVEIS

A quinta maior população de mulheres encarceradas no mundo em 2014 era a do Brasil<sup>1</sup>. Essa mesma população cresceu 567% entre 200 e 2014, comparado aos 220% de crescimento da população carcerária masculina do país. Ainda que esses dados sejam preocupantes, essas mulheres são constantemente invisibilizadas, e pouco se discute sua situação enquanto presas (na maioria dos estados, extremamente precária) ou sua reinserção de maneira humanizada na sociedade, a fim de evitar a reincidência.

### 1.1. As mulheres presas no Estado do Rio

Ao observar os dados da população feminina encarcerada no país, nota-se que o estado do Rio de Janeiro é o terceiro maior em população prisional no Brasil. No caso das mulheres presas, tem havido um grande crescimento no número de encarceradas no estado, segundo o relatório ***Mulheres, Meninas e Privação de Liberdade no Rio de Janeiro*** de 2016 lançado pelo

MEPCT/RJ. Entre 2013 e 2014, existiu um crescimento de 1.618 para 4.139 mulheres presas no Rio.

No relatório citado, aponta-se que todas as instituições prisionais destinadas a mulheres no estado do Rio de Janeiro estão superlotadas, a não ser pelo Instituto Penal Oscar Stevenson, local que supostamente seria o último passo antes do alcance da liberdade, uma vez que é a instituição que recebe presas em regime aberto e semi-aberto, teoricamente com permissão para trabalhar e sair do presídio.

Se mostram muito preocupantes os relatos de precariedade, violência, ociosidade e solidão recolhidos pelo MEPCT/RJ a respeito desses presídios. Nota-se que a população carcerária feminina é extremamente esquecida e invisibilizada pelo Estado e pela sociedade civil que a cerca, tornando-se ainda mais urgente a necessidade de projetos voltados para esse público. É importante lembrar que essas mulheres merecem os mesmos respeito e direitos humanos dos outros cidadãos, e que eventualmente elas terão seu regresso à sociedade “aqui fora”.

### 1.2. Solidão e desassociação com a identidade

São recorrentes as reclamações das presas com relação às poucas visitas recebidas no presídio. Muitas dessas mulheres estão renegadas à solidão da ausência de seus parentes, filhos e companheiros (esses muitas vezes também presos).

Destaca-se preocupação especial com as presas estrangeiras encontradas na população carcerária do



Rio, pois estas além da distância física de seus entes queridos, também não conseguem se comunicar direito com outras presas, seja por não compreenderem a língua, seja por haver barreira de diferenças culturais e religiosas. Somado a estes problemas, essas presas geralmente estão em situação ilegal no Brasil, não conseguem recursos para serem extraditadas e têm a comunicação muito precária com os agentes penitenciários e da justiça.

Além da solidão estabelecida ao redor dessa população, é necessário dizer que pessoas em situação prisional são constantemente submetidas a desvinculação com a própria identidade, cultura e valores pessoais. Não somente o isolamento da sociedade civil e a perda dos direitos de ir e vir caracterizam as condições impostas a essas pessoas, como também a perda da autonomia e muitas vezes o apagamento das singularidades e potencialidades individuais abrem passagem para uma padronização comportamental e submissão extremas.

Um projeto que envolvesse essas mulheres em atividades que pudessem ser feitas em grupo poderia auxiliar não somente na criação de intimidade e laços entre as presas por meio de troca de diferentes entendimentos do conteúdo abordado e conhecimentos prévios, como também incentivaria o contato com seus gostos pessoais, uma autonomia e um reencontro com sua identidade apagada em prol da padronização estabelecida no presídio.

### **1.3. Ociosidade e precariedade**

Outros pontos marcantes no relatório do MEPCT/RJ

com relação aos presídios do estado do Rio são as visíveis condições ociosas e precárias as quais as presas são submetidas. A equipe descreve cenas de pouquíssima higiene, inexistência de roupas, absorventes e outros acessórios básicos suficientes para todas as mulheres e má distribuição de atividades, educação e até mesmo banhos de sol nas instituições carcerárias.

Houve relato de mulheres se queixando da situação ociosa em que vivem, que gostariam de ter atividades para ocupar seu tempo dentro do cárcere. Alguns presídios, mesmo oferecendo opções de escola, cursos e outras atividades, apresentava poucas presas envolvidas em tais atividades, como no caso da Penitenciária Talavera Bruce, que até 2015 abrigava 375 presas mas somente 84 tinha acesso a atividades laborativas.

Encontrar instituições, grupos ou ONGs que aplicassem projetos sociais como oficinas em presídios femininos no Rio se provou uma tarefa extremamente difícil. Pessoas "aqui fora" não tem qualquer informação sobre essa população marginalizada nem sobre os instrumentos de submissão ou ressocialização introduzidos no ambiente prisional para "reformatar" essas presas. O MEPCT/RJ ressalta que a população prisional feminina é bem menor que a masculina, o que tornaria a aplicação de projetos e atividades muito mais fácil em instituições para mulheres presas. No entanto essa não é a realidade encontrada.

Alguns presídios fazem uso da própria população prisional para a manutenção da higiene e da rotina local. Embora pareça uma boa solução para o problema de poucos agentes carcerários e da ociosidade no cotidiano prisional, é necessário lembrar que a

estrutura da instituição também precisa oferecer o mínimo de saneamento básico, água, comida e espaço nas celas para que a saúde e o bem estar dessas presas sejam mantidos.

#### **1.4. Regras de Bangkok e o Centro de Ressocialização feminino de Rio Claro**

A ONU determinou um padrão de tratamento para mulheres presas e medidas não privativas de liberdade para mulheres infratoras. As chamadas **Regras de Bangkok** são o principal marco internacional a determinar esses padrões de tratamento, que asseguram condições mínimas para que presidiárias tenham direitos humanos respeitados, não sofram tortura e tenham suas saúdes mental e física mantidas. Elas complementam as **Regras mínimas para o tratamento de reclusos**, focando em fatores de importância especial para mulheres.

Embora o Brasil tenha participado das negociações dessas regras, ainda não se nota nenhum desenvolvimento de políticas públicas que se pautem nas mesmas.

Dentre essas determinações da ONU, é pertinente para o projeto destacar a importância dada à prática de atividades que proporcionem o desenvolvimento de habilidades e conhecimentos que permitam às presas viver em liberdade e prover às suas necessidades.

*“65. O tratamento das pessoas condenadas a uma pena ou medida privativa de liberdade deve ter por objetivo, na medida em que o permitir a duração da condenação, criar nelas à vontade e*

*as aptidões que as tornem capazes, após a sua libertação, de viver no respeito da lei e de prover às suas necessidades. Este tratamento deve incentivar o respeito por si próprias e desenvolver o seu sentido da responsabilidade.”*

*“71. [...]*

*3) Deve ser dado trabalho suficiente de natureza útil aos reclusos de modo a conservá-los ativos durante o dia normal de trabalho.*

*4) Tanto quanto possível, o trabalho proporcionado deve ser de natureza que mantenha ou aumente as capacidades dos reclusos para ganharem honestamente a vida depois de libertados.*

*[...]*

*6) Dentro dos limites compatíveis com uma seleção profissional apropriada e com as exigências da administração e disciplina penitenciária, os reclusos devem poder escolher o tipo de trabalho que querem fazer.”*

*“78. Devem ser proporcionadas atividades de recreio e culturais em todos os estabelecimentos penitenciários em benefício da saúde mental e física dos reclusos.”*

*(Regras mínimas para o tratamento de reclusos)*

*“Regra 42*

*1. Mulheres presas devem ter acesso a um programa amplo e equilibrado de atividades que considerem as necessidades específicas de gênero.”*

*(Regras de Bangkok)*

Em São Paulo existem os Centros de Ressocialização (CR). O CR feminino de Rio Claro merece especial

atenção pelos estrutura, atividades e resultados apresentados no artigo Ressocialização de detentas: Direitos humanos x preconceito no contexto do CRF - Rio Claro. Este explicita a responsabilidade do Estado sobre a integridade do preso e também a precariedade do sistema penitenciário no Brasil, e como um influencia o outro.

As autoras do artigo apresentam o Centro de Ressocialização Feminino de Rio Claro como um exemplo de modelo penitenciário que oferece às presas oportunidade de uma ressocialização eficaz, com um tratamento mais humanizado. A principal diferença apontada entre o CR e a Penitenciária é o estímulo para não reincidir ao crime. Segundo dados apresentados, o índice de reincidência das detentas que passaram pelo centro era de 10% em 2013, comparados aos 70% do sistema carcerário tradicional em São Paulo.

As práticas destacadas incluem valorização dos Direitos Humanos pelo centro, boa estrutura do espaço com limpeza compartilhada pelas "reeducandas", trabalhos enviados e contratações feitas por empresas parceiras, além de um "banco" onde fica depositado o dinheiro que as reeducandas ganham pelo seu trabalho. Relata-se, no entanto, a precariedade do espaço para atendimento médico e ambulatorial, ainda que este se mostre melhor do que os vistos nos presídios do Rio. O artigo também aponta que as mulheres recebem visitas todos os finais de semana, uma vez que o contato com as famílias é considerado de grande importância.

ções e instituições interessadas em pensar sobre as políticas de encarceramento.

Majoritariamente constituído por mulheres, o coletivo tem profissionais de saúde, meio ambiente, direito, educação, cultura, artes e assistência social que também são donas de casa, mães, esposas, artistas, ativistas, militantes e pesquisadoras envolvidas com os estudos e a ideia de propor ações e projetos com foco em mulheres encarceradas.

Embora se considerem uma coletivização a partir de 2013, algumas integrantes do grupo tem histórico de projetos visando as mulheres encarceradas desde 2011. Dentre esses, os de maior destaque são: as oficinas de corpo ministradas para detentas do regime fechado da penitenciária Talavera Bruce em 2011 – que também foram propostas em 2014 para a unidade Nelson Hungria/Bangu –, uma performance de dança contemporânea com a temática dos corpos encarcerados em abertura de festival de dança em 2015 e oficinas sobre o mesmo tema para pesquisadores, profissionais de ciências humanas, sociais e políticas e estagiários selecionados de instituições parceiras como a Faculdade de Dança da UFRJ e a escola Angel Vianna em 2016.

## **II O COLETIVO EM SILÊNCIO**

Para a realização de um projeto consistente e mais completo, mostrou-se necessário criar vínculo com uma organização que tivesse interesse nesse mesmo público. Uma vez que não existem instituições similares aos Centros de Ressocialização no estado do Rio, uma busca por organizações entre pessoas civis foi feita. Não surpreendentemente, foi de extrema dificuldade encontrar um grupo com projetos sociais em prol dessas mulheres.

### **2.1. O que e quem é o Coletivo**

Antes de chegar ao Coletivo, foram contatados o SENAC, o Laboratório de Direitos Humanos da UFRJ, o Mecanismo de Prevenção e Combate a Tortura do Estado do Rio de Janeiro, a ONG Tem Quem Queira, o Elas Existem, o Instituto Nelson Mandela, a SEAP e algumas pessoas físicas envolvidas com esse público de alguma forma. O Coletivo em Silêncio foi indicado em meio a esses contatos com organiza-

### **2.2. Projeto para egressas do sistema prisional**

Ao observar a carência de abordagens psico-pedagógicas com foco nas mulheres presas, o Coletivo começou a desenvolver um projeto socio-econômico de laboratórios e oficinas para mulheres egressas, em regimes aberto e semi-aberto, ou em liberdade condi-

cional. Tal projeto procura não somente reduzir a reincidência de mulheres que já cumpriram suas penas nas prisões por meio de uma metodologia de inclusão social, como, principalmente, restabelecer de maneira eficaz o convívio da egressa em sociedade, melhorando os laços destas com o trabalho, com as pessoas em volta, e consigo mesmas.

<sup>2</sup> Segundo trecho de uma ata de reunião do Coletivo na qual elas debateram sobre definições de apresentação para o projeto para as egressas.

Criando uma metodologia própria, o grupo propõe “alterar as marcas de violência impressas nos corpos das mulheres”<sup>2</sup>, potencializando o corpo e a singularidade de cada egressa. Por meio de arte e criação, a intenção é incentivar possibilidades de sustento próprio e familiar digno, com preocupação de produção socialmente sustentável, e, em um escopo mais largo, ajudar na trajetória de efetiva descriminalização de raça, gênero e classe. No âmbito municipal, espera-se que gestores se sensibilizem e auxiliem na construção de uma rede intersetorial que abra espaços para a integração dessas mulheres a nossa sociedade, garantindo também os direitos sociais dessa população.

O projeto piloto será realizado ao longo de 5 meses, envolvendo 10 mulheres egressas do sistema. É de imenso interesse do Coletivo que essas mulheres sejam as mais diversas possíveis, desejando que dentre as acolhidas se encontrem transgêneros, idosas, deficientes, etc. A elas serão oferecidos oficinas e laboratórios com metodologias desenvolvidas pelo Coletivo. As oficinas trabalharão a expressão das egressas, conscientizando-as por meio de três módulos de atividades corporais com o intuito de dar voz a essas mulheres que foram desassociadas de sua identidade, sua cultura e seus valores. Já os laboratórios oferecerão o

ensino de atividades que permitam a geração de renda atreladas a valores educativos e sócio-ambientais, sendo um voltado para plantio e cultivo sustentável e outro com foco em cabelos e penteados afro.

### 2.3. Local e público de ação

Em busca de um local de acesso comum às egressas, o Coletivo em Silêncio fez uma parceria com a direção do Patronato Margarinos Torres, órgão pertencente a Secretaria do Estado do Rio de Janeiro de Administração Penitenciária (SEAP).

*“É uma Instituição pública destinada a realizar o cumprimento dos benefícios penais de: Liberdade Condicional (LC), Sursi, Prisão Albergue Domiciliar (PAD), Prisão Albergue Domiciliar Monitorada (PADM), Limitação de Final de Semana (LFS) e Prestação de Serviços à Comunidade (PSC).”*

*(Governo do Estado do Rio de Janeiro)*<sup>3</sup>

Por receber egressos e egressas do sistema prisional frequentemente, o encaminhamento de mulheres que pudessem participar do projeto será facilitado por essa parceria. O primeiro contato será feito diretamente no Patronato, que cederá um espaço ao Coletivo para captar interessadas nas propostas. Além de estreitar o caminho até o público alvo, a instituição também disponibilizará salas para aulas teóricas e de corpo, e o espaço para a prática do cultivo sustentável.

Faz-se necessário ressaltar que, para que tudo isso aconteça, o Coletivo precisa não somente captar

<sup>3</sup> Encontrado no link: <http://www.rj.gov.br/web/seap/exibeconteudo?article-id=1484134>

egressas interessadas no projeto para o desenvolvimento do piloto, como principalmente angariar fundos para financiamento do mesmo.

Atualmente, os maiores esforços do grupo estão voltados para uma articulação em parceria com o município do Rio. O Coletivo acredita que, embora a administração dos presídios (e presos) seja do Estado, é importante municipalizar a discussão sobre essas pessoas. Alguns dados fornecidos pelo Patronato reforçam essa crença. Das 490 egressas registradas no sistema, 227 estão localizadas na cidade do Rio, implicando que após saírem das penitenciárias quase metade dessas mulheres decide retornar a sociedade no município do Rio de Janeiro. Fica claro, então, que a responsabilidade para com estas e com uma ressocialização eficiente e humanizada jamais poderia ser somente da esfera estadual.

Dessa forma, pode-se destacar dois grandes públicos-alvo do Coletivo: 1) as mulheres, foco do projeto para e em prol de quem o grupo pretende trabalhar, 2) e os responsáveis pela administração municipal, os quais o Coletivo precisa convencer da necessidade de um projeto de ressocialização bem estruturado e humanizado a fim de firmar parceria e conseguir o financiamento necessário. Há, portanto, dois públicos com interesses, culturas, experiências e pontos de vista extremamente diversos e, em momentos, também divergentes com os quais o Coletivo deve dialogar.

#### **2.4. Análise do material visual do coletivo**

Embora não possua marca e identidade visual definidas, o Coletivo tem alguns poucos materiais de comunicação sobre seus projetos. Analisando esses materiais, é possível notar que o grupo faz uso de dois tipos distintos de imagens para traduzir sua essência.

No primeiro segmento, as imagens 1, 2 e 3, retiradas da internet e cedidas por parceiros do Coletivo, são em preto e branco e soturnas. Tangenciam a situação de solidão, precariedade e invisibilidade que as mulheres dentro do sistema carcerário – e ao sair dele – vivenciam. Uma abordagem que foca em apresentar os problemas a serem combatidos, colocando o receptor da mensagem de encontro com uma representação poética da situação.

Pode-se dizer que existe uma falha preocupante nessa abordagem. As fotos utilizadas geralmente são de ensaios que dialogam de alguma forma sobre os cárceres corpóreos, tema de interesse do Coletivo, mas não retratam de maneira fiel a mulher a quem e com quem o grupo quer se comunicar. As situações nas quais as mulheres das fotos se encontram são provavelmente muito subjetivas para que as egressas imediatamente se identifiquem, o que pode afastar esse público num primeiro momento, ao invés de aproximar. Além disso, as personagens das fotos possuem fenótipo caucasiano, enquanto dados do Departamento Penitenciário Nacional (Depen) mostram que 68% das mulheres presas no Brasil em 2014 eram negras<sup>4</sup>.

No segundo segmento (figuras 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 e 11), as imagens apresentadas são dos próprios projetos realizados pelo Coletivo. Destacam atividades e pessoas envolvidas em oficinas e apresentações desenvolvidas para o público alvo em questão. Essa abordagem reforça o discurso do Coletivo, apresentando fotos que ilustram o trabalho e os objetivos dos projetos propostos, além de criar uma comunicação mais clara e retratar pessoas e situações com as quais as egressas podem se identificar e entender como possíveis de serem reproduzidas em suas próprias vidas.

<sup>4</sup> Retirado do *Levantamento Nacional de Informações Penitenciárias – Infopen Mulheres - Junho 2014*

Figura 1 • *Paula Kossatz*



Figura 2 • *Gabriela Geluda*



Figura 3 • *Autor Desconhecido*

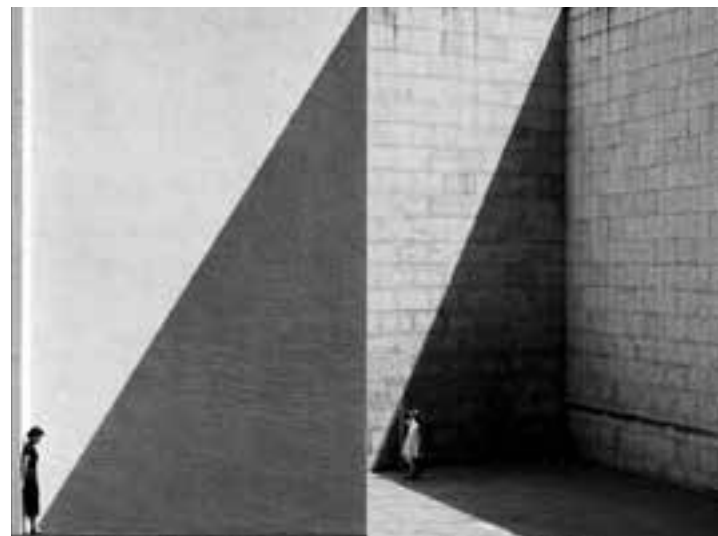




Figura 4 - Coletivo em Silêncio



Figura 9 - Coletivo em Silêncio



Figura 10 - Coletivo em Silêncio



Figura 5 - Coletivo em Silêncio



Figura 6 - Coletivo em Silêncio



Figura 11 - Coletivo em Silêncio



Figura 7 - Coletivo em Silêncio



Figura 8 - Coletivo em Silêncio





### III O PAPEL DO DESIGN NA SOCIEDADE

Diante de questões sociais tão preocupantes e imediatas como a situação da invisibilidade dessas mulheres e a melhor maneira de criar uma comunicação que contemple corretamente esse público, o questionamento do papel do design se faz presente.

Como profissional, eu percorro um caminho na área em que acredito que o designer é catalizador de informações, mediador desses diálogos entre públicos e, principalmente, solucionador.

#### 3.1. Foco no indivíduo

Atualmente, muitas vertentes do design entendem que o papel do designer é compreender e projetar para as pessoas e suas necessidades. Design thinking, design social, design de experiência, design de serviços, emotion design. São muitos os profissionais que seguem essas metodologias e atuam nessas áreas e, conseqüentemente, acreditam que estamos aqui para **servir** e **solucionar**.

*“Nós temos que parar de pensar em design como a construção de gráficos, produtos, ser-*

*viços, sistemas e ambientes e pensar nessas coisas como meios para as pessoas agirem, realizar seus desejos e satisfazer suas necessidades. São os desejos e as necessidades a que nós devemos servir [...]”*

*(Frascara, 2002, pág. 33)<sup>5</sup>*

Partindo dessa premissa, não é aceitável que o profissional encare um projeto de comunicação visual apenas como uma maneira coesa e esteticamente agradável de informar, por exemplo. É necessário que haja um estudo do ambiente onde a comunicação será vinculada e um entendimento da cultura, dos conhecimentos gerais e do comportamento do público com o qual a comunicação travará um diálogo para, assim, efetivamente causar um impacto e ser relevante para esse público.

O design centrado no indivíduo é intrinsecamente interdisciplinar. Além de interdisciplinar, é uma maneira de projetar soluções em que não é possível saber o resultado final sem ter passado pelo processo. Dessa forma, um problema pode começar a ser avaliado a partir de uma área e, ao longo do projeto, ser solucionado por meio de ferramentas e metodologias de outra. Isso ocorre porque o reposicionamento do problema em outros enquadramentos e a partir de outros pontos de vista levanta novos questionamentos e ideias, possibilitando soluções mais eficazes.

*“Somente ouvindo, pensando, construindo e refinando nosso caminho para uma resposta nós chegamos em algo que vai funcionar para as que estamos tentando servir.”*

*(IDEO.ORG, 2015)<sup>6</sup>*

<sup>5</sup> Livremente traduzido do original em inglês: “We have to stop thinking of design as the construction of graphics, products, services, systems and environments, and think about those as means for people to act, to realize their wishes and satisfy their needs. It is the needs and the wishes that we have to serve [...]”

<sup>6</sup> Livremente traduzido do original em inglês: “Only by listening, thinking, building, and refining our way to an answer do we get something that will work for the people we’re trying to serve.”

No mais, o foco no indivíduo parte da crença de que as pessoas que passam pelos problemas a serem solucionados são exatamente aquelas que vão dar as informações necessárias para o desenvolvimento de um projeto útil, eficaz e relevante.

### 3.2. Design Social

Além de compreender que um design eficiente parte do entendimento do indivíduo e da proposta de construir em conjunto, estudando, entrevistando e permitindo que o público apresente caminhos para a solução, é igualmente necessário saber identificar os problemas a serem abordados.

<sup>7</sup> PAZMINO, 2007. O design social explora problemas sistemáticos e, em grande parte, recorrentes em grupos de minorias. Nesses casos, os projetos buscam melhorias na qualidade de vida, renda e inclusão social, levantando um debate sobre o compromisso moral do designer<sup>7</sup>.

Como profissional interdisciplinar que tem por premissa solucionar problemas e servir às necessidades e vontades dos indivíduos, fica claro que a presença do designer em projetos sociais, na administração pública e em setores que dialogam e provêm para os cidadãos é de grande valia. Questiona-se, então, porque essas áreas são ainda pouco preenchidas pelos profissionais do ramo.

Embora essa dissertação não consiga responder a este questionamento, é possível imaginar que um movimento crescente de designers interessados em projetar para a sociedade cause um impacto positivo na vida

coletiva. Empreendimentos de comunicação e design como a Shoot This Shit<sup>8</sup> (de Porto Alegre) e a Juntos<sup>9</sup> (do Rio de Janeiro), focados em causas e engajamento social, mostram que além de socialmente responsável, esses projetos também podem ser lucrativos.

### 3.3. Emoção e sensações no design

Ainda que a bibliografia de emotion design lida para essa dissertação abordasse essa metodologia como meio de conquistar clientes dentro de uma cadeia de consumo, a exploração da emoção no design se mostra muito pertinente também para projetos sociais.

A prática do emotion design busca persuadir o público alvo por meio da criação de laços emocionais com a marca. Uma das maneiras de construir esse vínculo é explorando os sentidos para além da visão a fim de criar uma percepção mais completa do projeto. Para Donald A. Norman, cientista e autor de *Design Emocional: Por que adoramos (ou odiamos) os objetos do dia-a-dia* (2008), emoções e cognição são inseparáveis, e juntas constroem um sistema de julgamento do que é bom e do que é ruim.

Ao projetar utilizando essa metodologia, o foco é que a peça ou serviço se equipare ou se sobreponha às expectativas do público, e que a sensação causada pela interação crie boas lembranças. Por isso, é necessário mais uma vez destacar a importância de se pensar no indivíduo e construir coletivamente a proposta, uma vez que uma solução que funcione para um público pode não ser entendida ou até mesmo preterida por outro.

<sup>8</sup> "Somos um Estúdio Criativo de Comunicação focado em projetos que geram impacto social positivo." Mais em: <http://www.shoot-theshit.cc/>

<sup>9</sup> "Somos uma agência de Comunicação que conecta propósitos, marcas e pessoas." Mais em: <http://www.agenciajuntos.com.br/>

No caso da aplicação da técnica no projeto com foco social desenvolvido concomitantemente com essa monografia, a criação de uma atmosfera que propicie as egressas acreditarem que são bem quistas e que merecem uma oportunidade de ressocialização eficiente é de extrema importância para que as mesmas se interessem em participar.

#### **IV ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO VISUAL PARA O COLETIVO EM SILÊNCIO**

O intuito desse projeto de conclusão de curso desde o início era enxergar as mulheres em uma situação de extrema vulnerabilidade social e produzir para as mesmas: mulheres encarceradas que são diariamente esquecidas pela sociedade que as cerca e pelo Estado responsável pela sua “correção comportamental” eficaz.

Ao longo dos estudos envolvendo esse público e ao entrar em contato com o Coletivo (e todos os outros grupos que de alguma forma também estão buscando ajudar essas mulheres), percebi que meu trabalho seria melhor aproveitado dentro do contexto de um projeto real, palpável, que de fato fosse atingir essas mulheres de uma maneira positiva. Com esse desejo de promover um retorno real para a sociedade, me uni ao Coletivo em Silêncio e busquei entender o que era necessário, de um ponto de vista de comunicação, para fazer a proposta de um projeto de ressocialização humanizada sair do papel.

O levantamento feito ao analisar as peças do Coletivo – além de diálogos com as integrantes do grupo – mostrou a necessidade de criação de uma marca, de uma identidade visual, e especialmente do desenvolvimento de uma estratégia que contemplasse os dois principais públicos-alvo dessa comunicação: as mulheres para quem o projeto está sendo desenvolvido, e os responsáveis pela administração municipal do Rio de Janeiro, com potencial para apoiar financeiramente a proposta.

##### **4.1. Conceituação e Referências**

Além do projeto voltado para as mulheres egressas e a reconstrução de seus relacionamentos consigo mesmas e com a sociedade, o Coletivo em Silêncio também atua por meio de pesquisas, performances artísticas e outros trabalhos. Ele se apresenta como um espaço para que qualquer pessoa envolvida na temática dos cárceres corpóreos desenvolva suas ideias e projetos. Dessa forma, o conceito para traduzir visualmente o Coletivo e aquilo que ele representa partiu da ideia de usar uma imagem que retratasse pequenos núcleos que se conectam num todo. Esses núcleos podem representar cada indivíduo, cada projeto desenvolvido, cada estudo e cada pauta de interesse trazidas para o grupo, sempre interligados através da construção coletiva. Também se mostrou importante que a marca ganhasse conotações de movimento, explorando a intenção de gerar transformação, especialmente por meio de expressão corporal.

Para retratar essas características determinadas como as principais a serem destacadas, foram estudadas as representações visuais de fenômenos físicos como on-

das sonoras, campos magnéticos e ondas de impacto, e também estruturas topográficas. As imagens 12, 13, 14, 15, 16 e 17 apresentam esses elementos como referência e ponto de partida para o desenvolvimento do projeto de design como um todo.

Figura 12 • *Generative Gestaltung*



Figura 13 • *Restate Productions*



Figura 14 • *Autor Desconhecido*



Figura 15 • *Shinichi Maruyama - Nude*



Figura 16 • *General Electric Review - Vol. 30, No. 3*



Figura 17 • *Ann Sunwoo, Memory of Skin (2013)*





## 4.2. Desenvolvimento de marca

<sup>10</sup> Josh Chen escreveu em *Fingerprint: The Art of Using Handmade Elements in Graphic Design* sobre a introdução de paixão e energia em um projeto através do uso, mesmo que pequeno, de elementos feitos a mão.

Além da conceituação e das referências visuais utilizadas, mostrou-se pertinente trabalhar com elementos feitos manualmente. O fator manual agrega valor humano ao trabalho, assegurando ao público que um ser humano participou ativamente da criação e desenvolvimento daquele projeto, criando proximidade – e até mesmo identificação – com os públicos dessa mensagem<sup>10</sup>.

Diante disso, os estudos envolvendo as ondas como elemento a ser reproduzido foram desenvolvidos com linhas, marcadores e canetas de ponta chanfrada, partindo de propostas previamente rascunhadas em um brainstorm visual, como mostram as figuras 18, 19, 20, 21 e 22.

Desses estudos definiu-se uma representação de ondas (Figura 23) que não somente ilustra a ideia de núcleos diversos – representados pelas cristas e vales dessas ondas – conectados num todo e interagindo entre si, como também mostra essa imagem com um movimento próprio, reforçado pelas curvas e pela variação da grossura do traço.

Figura 18 • Teste



Figura 19 • Teste

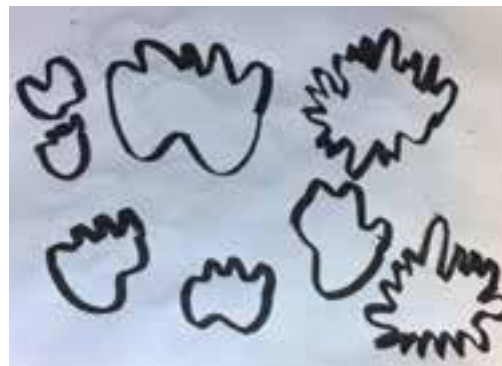


Figura 20 • Teste



Figura 21 • Teste



Figura 22 • Teste



Figura 23 • Símbolo



A escolha das cores da marca (Figuras 24, 25 e 26), por sua vez, pretende reforçar a proposta de representação de pluralidade, diversidade, conexão com o próprio corpo e também com a natureza. A paleta principal, composta de amarelo, laranja, azul e verde, ilustram a variedade de etnias, corpos, idades e culturas que podem ser encontradas na população feminina foco do Coletivo em Silêncio. Também introduz, de forma mais óbvia, elementos como terra, plantas e água à marca.

Essas cores foram escolhidas com o cuidado de não expor essas mulheres – renegadas a espaços violentos, fechados e sem vida – a uma visualidade que possa parecer inalcançável nos primeiros momentos de retorno a sociedade. Por se colocar como um espaço de ressocialização, o Coletivo propõe uma situação transitória e, coerente com tal proposta, a paleta pretende afastar a mulher da imagem do cárcere sem, no entanto, causar intimidação e desconforto.

É preciso destacar que evitou-se o uso de rosas e roxos, por serem cores que reforçam um estereótipo indesejado de gênero. Não era interessante para o projeto perpetuar o senso comum de que trabalhos envolvendo mulheres devem utilizar-se dessas cores para esclarecer a que público são direcionados, uma vez que o projeto deseja apresentar novas possibilidades e ajudar as egressas a encontrarem novas maneiras de se relacionarem consigo mesmas e com a sociedade.

Em conjunto com o símbolo da marca e suas cores, definiu-se também a tipografia para compor o logotipo. Antonio foi escolhida por ter curvas que dialogam de maneira harmoniosa com as ondas criadas para

a marca. Ainda assim, foram necessários pequenos ajustes (Figura 27) para alcançar o equilíbrio entre logotipo e símbolo. O resultado da união desses elementos cria uma marca de fácil legibilidade e reconhecimento (Figura 28).

Figura 24 • Paleta principal



Figura 25 • Paleta secundária



Figura 26 • Cores de uso restrito



Figura 27 • Teste de marca



Figura 28 • Marca



### 4.3. Abordagens da comunicação

O desdobramento da marca em peças de comunicação foi desenvolvido de acordo com as peculiaridades de cada público ao qual ele seria apresentado. Estudando os dois principais grupos de interesse do Coletivo, esclareceu-se que a abordagem da comunicação com as egressas precisaria seguir uma vertente emocional, enquanto a abordagem com os possíveis apoiadores seguiria uma vertente mais racional.

#### 4.3.1. Abordagem emocional

Para as mulheres em vulnerabilidade social, se mostrou muito interessante que o material de comunicação fosse visualmente instigante sem que dependesse de textos para criar interesse no público. Isto porque essas mulheres muitas vezes possuem algum grau de analfabetismo, e porque esse grupo também é constituído, em pequena parte, por mulheres estrangeiras que não dominam o português.

Buscando alcançar essa atratividade, determinou-se que a melhor abordagem para esse público seria uma abordagem emocional. Projetou-se a criação de peças que causassem identificação, curiosidade e interesse nas egressas. Tais reações às peças são evocadas por meio do uso de elementos que trazem sentimentos de acolhimento, pertencimento e dignidade, na intenção de combater um comportamento comum no público-alvo de que elas não são dignas de novas oportunidades<sup>11</sup>.

Dessa forma definiu-se uma estratégia de comunicação especialmente para o primeiro contato que o Coletivo

terá com essas mulheres. Considerando que o espaço para a captação de egressas interessadas no projeto seria uma sala no Patronato (Figuras 29, 30 e 31), essa comunicação foi dividida em três partes.

Figura 29 • Patronato



Figura 30 • Patronato



Figura 31 • Patronato



<sup>11</sup> Relatos orais obtidos da direção do Patronato e das próprias integrantes do Coletivo dizem que a maioria dessas mulheres acredita que não merece novas chances na vida, o que as faz evitar programas como o pré-vestibular social. Por vezes esse sentimento de não merecimento é introduzido ou reforçado pela família e/ou companheiros das egressas.



A primeira parte consiste em atrair a atenção das egressas para que elas se interessem em entrar na sala e saber mais sobre o projeto. Para isso foram desenvolvidos cartazes e um banner (Figuras 32, 33, 34 e 35) com o intuito de instigar aproximação.

Escolheu-se por produzir fotos próprias para o projeto, de uma mulher negra clara em um ambiente aberto que pudesse gerar sentimento de identificação no público. Ao entrarem em contato com essas fotos, as mulheres podem se projetar naqueles cartazes, se colocando na mesma posição de acolhimento, autonomia e satisfação que a modelo figura.

Reforçando as fotos dos cartazes, também foram aplicadas palavras de incentivo às peças (Afeto, Propósito e Potência), a fim de enfatizar o significado proposto em cada uma das fotos usadas. É importante ressaltar que as palavras foram escolhidas em coerência com os objetivos do Coletivo, mas também com o cuidado de se aproximarem de um vocabulário mais básico, para que fosse de fácil compreensão para aquelas que sabem ler. No entanto o recurso verbal não é imprescindível para a compreensão do cartaz.

Somando-se às fotos e palavras de incentivo, o grafismo foi reproduzido nos cartazes usando algumas das cores da paleta principal, de maneira a interagir com a imagem e dar movimento a cada peça. Esse elemento também ajuda a dar destaque à modelo e suas ações.

O formato dos cartazes (100 x 36 cm) foi determinado com a intenção de criar uma visão panorâmica da imagem construída em cada peça. Estes cartazes podem ser usados em conjunto ou separadamente, e foram

impressos em tecido para agregar maior durabilidade e possibilidade de reutilização em outras salas e situações. Um segundo uso sugerido seria na decoração das salas de aula depois de definido o grupo de egressas e iniciadas as atividades do projeto piloto.

O banner, embora visualmente estruturado de maneira similar aos cartazes, foi criado para ser apresentado não somente às egressas mas em qualquer lugar onde o Coletivo sinta necessidade de uma peça de sinalização – por exemplo como identificação em encontros entre organizações com projetos sociais.

Assim como os cartazes, o banner também foi visualmente construído utilizando uma das fotos da modelo e a aplicação do grafismo. Porém o uso de elementos verbais foi maior, uma vez que o banner aborda de maneira mais objetiva os propósitos do programa. Neste caso, os recursos verbais da peça são necessários para a completa compreensão da mesma. Ainda assim, a escolha das palavras continuou sendo feita utilizando um vocabulário básico para facilitar essa compreensão.

Na segunda parte da comunicação entre o Coletivo e as egressas, entende-se que essas mulheres terão sido levadas a entrar na sala para buscar mais informações. Nessa sala, haverá uma mesa onde se encontrará um membro do Coletivo em Silêncio para apresentar o projeto com detalhes e captar os contatos das egressas interessadas.

Figura 32 • Banner



Figura 33 • Cartaz abraço



Figura 34 • Cartaz cabelo



Figura 35 • Cartaz pés



Diante disso, desenvolveu-se uma mesa sensorial (Figura 36 e 37) com a intenção de estimular a egressa a interagir mais abertamente com a integrante do grupo. A mesa é uma superfície em tecido que pode ser posicionada sobre qualquer mesa comum. Palavras foram bordadas e algumas partes do tecido foram preenchidas com enchimento, criando relevos macios para o toque que traduzem o conforto e maciez dos corpos e da terra com as quais o projeto pretende trabalhar.

Propõe-se o uso dessa mesa sensorial como “quebra gelo”, permitindo que a mulher se expresse através do tato e se envolva com as sensações que o toque nas partes macias e nas linhas podem trazer, criando um ambiente de acolhimento onde ela se sinta confortável para ouvir e dialogar com a representante do Coletivo. Espera-se que nessa experiência a egressa tenha contato com sensações similares às que encontrará, em maior escala, caso integre o projeto.

Para a terceira e última parte da comunicação com as egressas foram desenvolvidos um cartão de visitas e um carimbo (Figura 38) com o intuito de manter um laço com essas mulheres. Ambos poderão ser levados pela egressa quando o primeiro contato direto com o Coletivo se encerrar, se tornando representantes que ativam a memória desse contato quando visualizados novamente em momentos posteriores.

Buscando manter uma relação sensorial entre o mulher e o cartão de visita, o mesmo foi desenvolvido com uma aplicação da onda como corte especial, criando uma área vazada que permite uma exploração visual e sensorial mais ampla que um simples cartão comum.

A intenção, com isso, é que a egressa tenha um interesse maior em guardar aquela peça – e consequentemente as informações de contato com o Coletivo – por ela apresentar diferencial e, mais subjetivamente, representar as várias novas oportunidades que o projeto pode oferecer a sua vida, diferentemente de uma peça retangular comum que talvez represente apenas mais do mesmo aos olhos de um público necessitado de reforços positivos para mudar a própria realidade.

O carimbo, por sua vez, foi desenvolvido a partir de um lettering que reúne as três palavras de incentivo usadas nos cartazes. O lettering toma as ondas e a ideia da representação do todo como recurso principal, fazendo com que a leitura verbal seja secundária diante da percepção da marca reforçada através da imagem criada pelo desenho das palavras e das ondas em conjunto.

A proposta dessa peça gira em torno da flexibilidade que ela possui de ser aplicada em diversas superfícies. Ao se despedir do primeiro contato com o Coletivo, a mulher que se interessar poderá estampar o lettering temporariamente na própria pele, no cartão de visitas ou em qualquer outra superfície que esteja disponível, levando consigo mais uma lembrança dessa interação e criando um sentimento de pertencer ao Coletivo desde o começo. Dessa forma, o carimbo pode ser utilizado como mais um reforço para incentivar a egressa a voltar a entrar em contato.



Figura 36 • Mesa









#### 4.3.2. Abordagem racional

Os materiais desenvolvidos para os possíveis apoiadores do projeto, por sua vez, faz grande uso da comunicação verbal para explorar o histórico do Coletivo, seus objetivos, a justificativa para o projeto e dados sobre a mulher no sistema prisional que reforçam a necessidade de um programa de ressocialização eficiente e humanitário. Diante disso, uma abordagem mais racional foi explorada para o desenvolvimento das peças voltadas para esse público.

Avaliando a demanda imediata do Coletivo, o principal contato travado com esses possíveis apoiadores se faz por meio de reuniões e audiências para apresentar o projeto. O grupo possui uma apresentação digital em slides, e decidiu-se por adaptá-la de acordo com a marca desenvolvida.

A apresentação original (Figuras 39, 40 e 41) possuía uma quantidade excessiva de texto por slide, por vezes repetindo o mesmo assunto em diferentes momentos. Este conteúdo foi reorganizado (Figura 42, 43 e 44) de maneira que a parte escrita não conflitasse com a fala da palestrante. Também optou-se por utilizar a maioria das fotos de outros projetos do Coletivo que apareciam no original, a fim de reforçar o trabalho contínuo em prol das mulheres em vulnerabilidade social.

Além disso, mostrou-se necessário uma versão que pudesse ser impressa caso não houvesse a possibilidade de projeção dessa apresentação. Um folder (Figuras 45 e 46) foi desenvolvido apenas para destacar os pontos principais da proposta do projeto, de maneira que

as informações imprescindíveis pudessem ser reavaliadas pelos apoiadores mesmo após a apresentação.

Um segundo formato de cartão de visita (Figura 47) também foi projetado para esse público. Este possui uma estética mais corporativa e tradicional, coerente com as duas outras peças desenvolvidas.

Figura 39 • Apresentação Original



Figura 40 • Apresentação Original

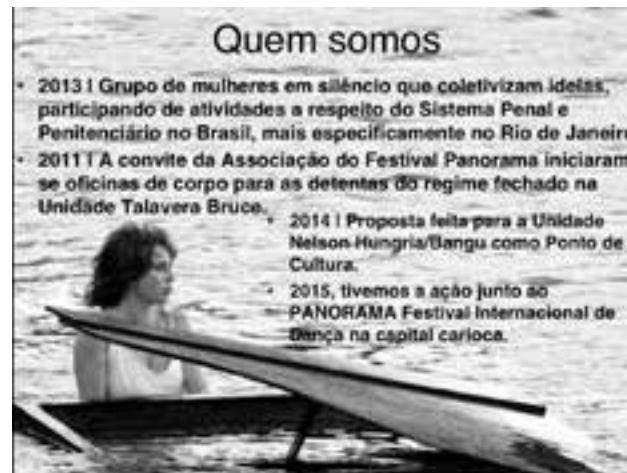


Figura 41 • Apresentação Original

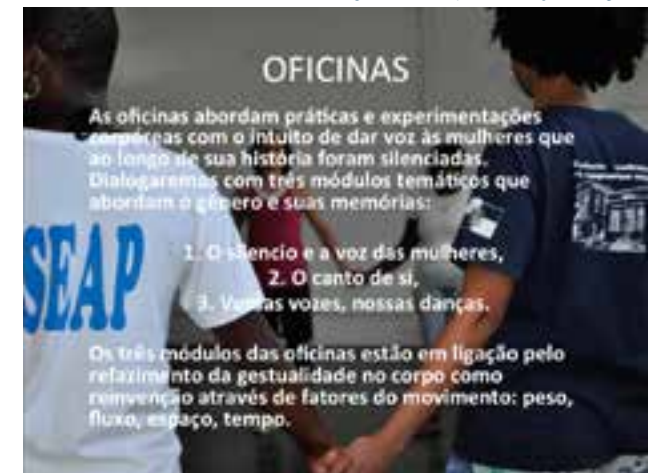


Figura 42 • Nova Apresentação



Figura 43 • Nova Apresentação



Figura 44 • Nova Apresentação





Figura 45 • Folder



Figura 46 • Folder





## CONCLUSÃO

Me expor à necessidade de criar para um projeto real e tão delicado como a proposta de dar vida nova à mulheres recém libertas foi certamente um grande aprendizado. Entender as necessidades e vontades do Coletivo em Silêncio e equilibrá-las com as limitações de um público extremamente vulnerável me fez acreditar ainda mais na importância do envolvimento do designer como mediador e solucionador.

Pessoalmente, o desejo de continuar atuando em prol de pessoas, estudando seus comportamentos e compreendendo a melhor maneira de abrir o diálogo entre grupos cresceu após essa experiência. Minha trajetória dentro e fora da universidade sempre apontaram para um interesse em entender os indivíduos ao meu redor e isso ficou ainda mais claro depois desse projeto.

Como desenvolvimento a partir daqui, espero que a proposta de marca e estratégia de comunicação visual seja aplicada, e que eu possa manter minha parceria

com o Coletivo em Silêncio. Pretendo continuar construindo a comunicação do grupo para os públicos já contemplados nesse projeto, mas também estudar o desenvolvimento de peças que dialoguem com a sociedade civil, por meio de impressos e materiais digitais de fácil acesso e que ajudem a informar e captar interesse na causa.

De um ponto de vista acadêmico, desejo desenvolver meu olhar e estudos voltados para o indivíduo, e entender cada vez mais como o design ajuda a construir uma sociedade mais saudável. Este projeto final certamente me ajudou a dar o primeiro passo nessa empreitada.

## BIBLIOGRAFIA

- BOITEUX, Luciana; FERNANDES, Maíra; PANCIERI, Aline; CHERNICHARO, Luciana. **Mulheres e crianças encarceradas: um estudo jurídico-social sobre a experiência da maternidade no sistema prisional do Rio de Janeiro**. Laboratório de Direitos Humanos - UFRJ, 2015.
- BONSIEPE, Gui. **Design, Cultura e Sociedade**. 1ª reimpressão. São Paulo: Blucher, 2013.
- BUCHANAN, Richard. Wicked Problems in Design Thinking. **Design Issues**, MIT, Vol. VIII, nº 2, p. 5 - 21, Spring 1992.
- CAMPBELL, Alexandre; CASCARDO, Fabio; SERENO, Graziela; OLIVEIRA, Patrícia de; LIRA, Renata; ALVES, Vera Lúcia. **Mulheres, meninas e privação de liberdade no Rio de Janeiro**. ALERJ, 2016.
- CHEN DESIGN ASSOCIATES. **Fingerprint: The Art of Using Handmade Elements in Graphic Design**. How Design Books, 2006.
- FOCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 37ª ed. Petrópolis: Vozes, 1987.
- FRASCARA, Jorge. People-centered design: complexities and uncertainties. **Design and the Social Sciences**. J.Frascara (Ed.), Taylor & Francis Books Limited, 2002.
- IDEO.ORG. **Field Guide to Human-Centered Design**. 1ª ed. Canada: IDEO.ORG, 2015.
- LINDSTROM, Martin. **Brand sense: a marca multissensorial**. 1ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- NORMAN, Donald A. **Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- PAZMINO, Ana Verônica. **Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável**. Curitiba: I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, 2007.
- PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de identidade visual**. 4ª ed. Teresópolis: 2AB Editora, 2013.
- RIBEIRO, Camila Cardoso; PAES, Larissa Leme; REAL, Michelly Piacenso; SANTOS, Regina Claret Kapp; SAVAREZE, Solange Aparecida; DALANEZE, Sergio. **Ressocialização de detentas: Direitos humanos X preconceito no contexto do CRF – Rio Claro**. Revista das Faculdades Integradas Claretianas, Nº6, janeiro/dezembro, 2013.
- SANDERS, Elizabeth B.-N. From user-centered to participatory design approaches. **Design and the Social Sciences**. J.Frascara (Ed.), Taylor & Francis Books Limited, 2002.

Versão principal



Versões monocromáticas



Versões PeB



Redução máxima: Impresso



Redução máxima: Digital



Paleta principal



Paleta secundária



Cores de uso restrito



Uso permitido apenas para texto, não podendo ser aplicados ao grafismo.

Área de respiro mínima



Tipografia auxiliar

Open Sans  
*Open Sans*

Open Sans  
*Open Sans*

**Open Sans**  
***Open Sans***

**Open Sans**  
***Open Sans***

**Open Sans**  
***Open Sans***



## ANEXOS: FOTOS









